



## Copywriter

### Dove e come lavora

Il Copywriter si inserisce nell'Area Tecnica e, nello specifico, nel Reparto Web Marketing di web agency e, più in generale, aziende informatiche che svolgono attività in ambito Web/Web Marketing. Opera sotto le direttive e la supervisione del Responsabile Tecnico e del Project Manager.

### Cosa fa

Il Copywriter è la figura professionale che si occupa dell'ideazione e della redazione dei testi che andranno inseriti all'interno di siti web, app e, più in generale, di qualsiasi piattaforma web sviluppata dall'azienda per cui lavora o nei social media dei clienti. Si può occupare, inoltre, dell'inserimento dei testi all'interno delle piattaforme web (attività di data entry) ed eventualmente della loro formattazione, in collaborazione con il Web Designer, anche per quanto riguarda gli aspetti grafici e visivi.

Il Copywriter lavora in stretta collaborazione con tutte le altre figure che operano nell'Area Tecnica per definire gli aspetti contenutistici e grafici delle piattaforme web sviluppate dall'azienda.

### Formazione

Questa figura è solitamente ricoperta da un laureato in Lettere, in Filosofia o in Comunicazione, ma anche in Lingue e, più in generale, in corsi di studio in materie umanistiche e in ambito comunicazione o da un diplomato (o comunque un laureato) che successivamente abbia frequentato una scuola di Giornalismo.

### Competenze tecniche

Il Copywriter deve possedere ottime conoscenze della grammatica italiana, dei principi della linguistica e della psicologia della comunicazione. Deve, quindi, possedere ottime capacità di sintetizzare, in tempi brevi e in poche parole chiare e incisive, informazioni e concetti complessi, capacità di esprimersi attraverso figure retoriche (allegorie, metafore, eufemismi, ecc..), capacità di comunicare e veicolare il messaggio voluto sfruttando le potenzialità e le peculiarità delle diverse piattaforme web e social e, più in generale, ottime capacità di scrittura.

### Competenze digitali e linguistiche

Per tale figura sono richieste competenze digitali da utilizzatore generico, oltreché la conoscenza della lingua inglese.

### Competenze trasversali, caratteristiche personali e disponibilità

Completano e caratterizzano tale figura l'attitudine ad organizzare il proprio lavoro e al lavoro di gruppo. Deve, chiaramente, essere una persona creativa, fantasiosa e flessibile mentalmente. Deve, inoltre, essere una



persona con un'ampia cultura di base, curiosa e appassionata/abituata alla lettura e al continuo aggiornamento nei settori della politica, dell'economia, della cronaca, dell'arte e del costume.

## Note

Spesso la figura del Copywriter viene denominata anche Content Editor o Web Content Editor. Nelle aziende più strutturate è anche possibile trovare entrambe le figure professionali (Copywriter e Content Editor); in questi casi il Copywriter si occupa esclusivamente dell'ideazione e redazione dei testi, mentre il Content Editor si occupa dell'inserimento dei contenuti all'interno delle piattaforme web (attività di data entry) e della loro formattazione grafica e visiva (in collaborazione con il Web Designer).

## Per approfondire

Quaderno PHAROS n. 25/2018 "Attività e professionalità nel settore dell'informatica e delle telecomunicazioni in Veneto".